

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan praktik kerja magang kurang lebih 72 hari di Creative Nest Indonesia, mahasiswa menjalankan tugas sebagai Event Planner Intern. Penempatan mahasiswa pada divisi ini sudah disesuaikan dengan program studi mahasiswa, yaitu *Strategic Communication*. Dalam menjalankan praktik kerja magang dalam perusahaan ini, mahasiswa dibimbing langsung oleh Elrica Sofridia selaku Chief Operations Officer (COO) dari Creative Nest Indonesia sendiri. Namun, dalam pelaksanaannya, mahasiswa juga beberapa kali diarahkan oleh Kristiyanti selaku Event Manager Creative Nest Indonesia.

Pada hari pertama pelaksanaan kegiatan kerja magang, mahasiswa diberi arahan mengenai pengenalan lebih jauh tentang perusahaan oleh Chief Operations Officer (COO) Creative Nest Indonesia. Arahan yang diberikan terkait tugas Divisi Event Planner, alur kerja antar divisi, waktu masuk dan keluar kerja, dan prosedur lain yang harus ditaati sebagai bagian dari perusahaan. Setelah arahan tersebut, mahasiswa dibiarkan belajar sendiri tanpa pendampingan khusus. Namun, dalam prosesnya, mahasiswa tetap berkoordinasi dengan pembimbing. Jika ada suatu hal yang tidak diketahui atau harus didiskusikan bersama, baru mahasiswa mendapat pendampingan dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab.

Selama melakukan kegiatan kerja magang, mahasiswa mendapat banyak pengetahuan dan pembelajaran baru dari lapangan, yang akhirnya menyempurnakan materi atau teori yang telah mahasiswa dapatkan di perkuliahan sebelumnya. Pada praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia, mahasiswa berkesempatan mempelajari lebih lanjut mengenai *event management* secara lebih dalam karena mahasiswa berada dalam Divisi Event Planner.

Namun, selain mempelajari *event management*, mahasiswa juga mempelajari beberapa hal lain seperti *media relations*, dan aktivitas *marketing communication*. Hal ini dikarenakan mahasiswa juga terlibat dalam pelaksanaan praktik kerja magang sebagai *event planner*, mahasiswa juga terlibat dalam penyesuaian strategi promosi *event* yang diselenggarakan. Untuk itu, mahasiswa melakukan koordinasi langsung dengan divisi-divisi terkait seperti *marketing & communication*, *graphic designer*, dan juga *content producer*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada dasarnya, pelaksanaan kegiatan kerja magang yang mahasiswa lakukan pada Divisi Event Planner Creative Nest Indonesia adalah menyelenggarakan dan mengelola *event*. Mulai dari melakukan riset sebagai salah satu cara menemukan ide untuk melaksanakan sebuah *event*, hingga *event* tersebut terealisasi. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya dalam subbab waktu pelaksanaan kerja magang, mahasiswa melakukan praktik kerja magang pada saat pandemi Covid-19. Hal ini berdampak pada pelaksanaan tugas dalam praktik kerja magang di Divisi Event Planner. *Event* yang diselenggarakan dalam Creative Nest Indonesia selama pandemi ini berupa *online class*, *live talks*, *online workshop*, dan *live music*. Selain bertugas menyelenggarakan sebuah *event*, mahasiswa juga membantu penyelenggaraan *event* yang diselenggarakan oleh mahasiswa magang lain ataupun *event* yang diselenggarakan oleh Event Manager Creative Nest Indonesia.

Sebagai mahasiswa magang di Divisi Event Planner, mahasiswa bertanggung jawab dalam tahapan-tahapan pelaksanaan sebuah *event*, yaitu *pre-event*, *event*, dan *post-event*. Pada minggu pertama praktik kerja magang, mahasiswa fokus mempelajari cara kerja perusahaan. Mahasiswa juga diberikan tugas untuk menyelenggarakan *event* sesuai dengan target yang telah ditentukan. Pemberian target ini diberikan saat *meeting* setiap bulannya. Seluruh tugas dikerjakan dengan koordinasi yang baik.

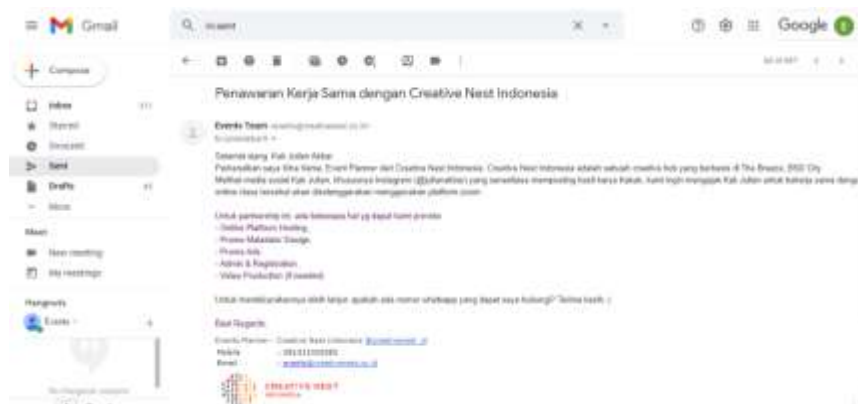
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Event Management*

Jika dapat diuraikan, tugas yang dilakukan sehingga sebuah *event* di Creative Nest Indonesia dapat terlaksana adalah sebagai berikut.

1. Melakukan riset. Riset ini dilakukan secara sederhana, yaitu dengan cara mencari tahu hal-hal apa saja yang sedang banyak diperbincangkan oleh masyarakat, khususnya di industri kreatif. Cara pencariannya adalah dengan mengakses Google Trends, Instagram, Tiktok, dan *platform digital* lainnya.
2. Setelah melakukan riset mengenai hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan, hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah merangkai konsep dan tema. Pada tahap ini, dibuatlah sebuah proposal untuk memperjelas *event* yang akan dilaksanakan.
3. Mencari pembicara, pengajar, atau *guest star* yang sesuai dengan apa yang dikonsepskan dalam *event* adalah hal yang dilakukan selanjutnya. Pencarian pembicara, pengajar, atau *guest star* biasanya dilakukan dengan mengajukan proposal atau *event details* yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam tahapan ini, dilakukan *meeting* dengan beberapa pembicara, pengajar, atau *guest star* yang berpotensi menjalin kerja sama karena dianggap sesuai dengan *event* yang akan dilaksanakan. *Meeting* dilakukan secara daring melalui *platform Zoom*.

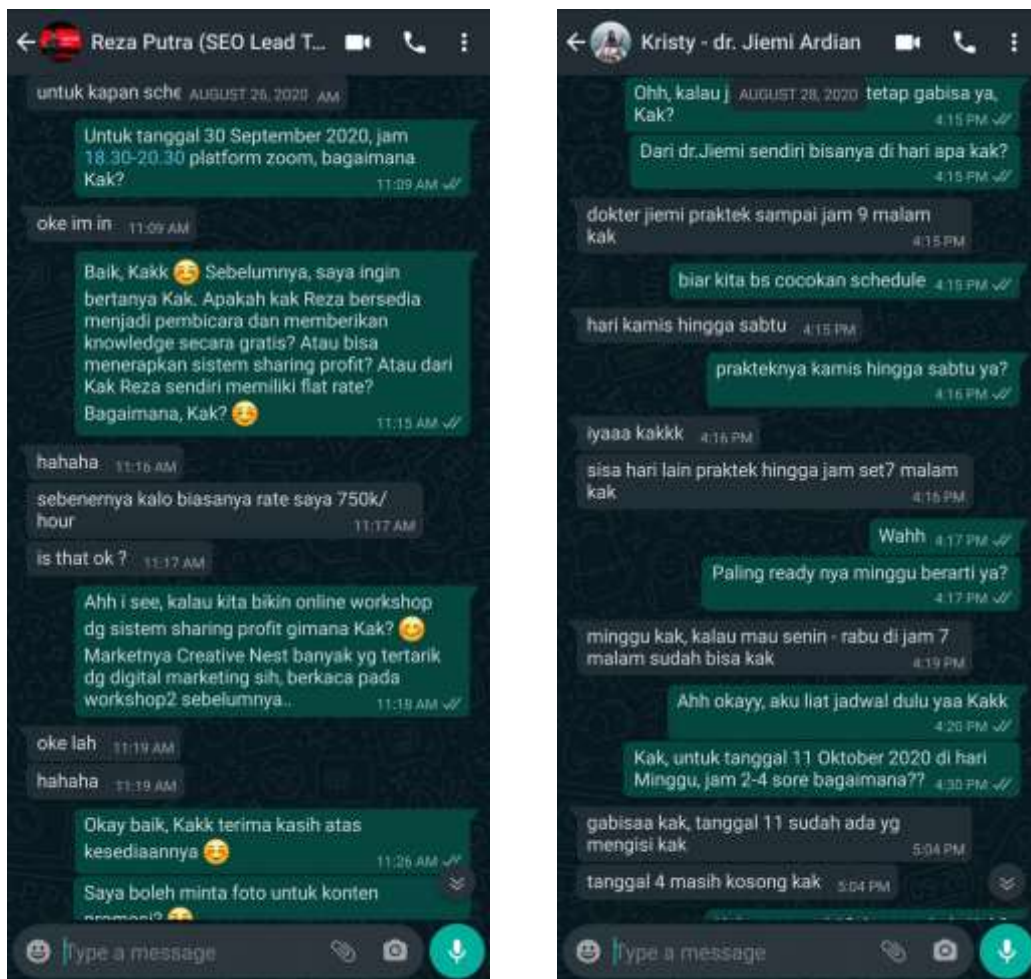
Gambar 12 Contoh Pendekatan (*approach*) dalam Tahapan Mencari Pengajar



Sumber: Dokumentasi Penulis

- Setelah menemukan pembicara, pengajar, atau *guest star* yang sesuai dengan tema, yang dilakukan adalah membicarakan sistem kerja sama dan meresmikan kerja sama tersebut dengan menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) yang sudah dibuat sebelumnya.

Gambar 13 Contoh Koordinasi dengan Pengajar



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 14 Contoh Memorandum of Understanding (MoU)



**PERJANJIAN KERJASAMA
ANTARA
CREATIVE NEST INDONESIA
DAN
PENGAJAR WORKSHOP
DI CREATIVE NEST INDONESIA**

No:001/SPK/CNI/WS/07.2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

I Nama : Elrica Sofridia
Jabatan : COO Creative Nest Indonesia
No. KTP : 3172.0614.0283.0005
Alamat : The Avani, Desha H5/7. BSD, CITY, Tangerang.

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama **CREATIVE NEST INDONESIA** yang selanjutnya akan disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : dr. Jiemi Ardian, Sp.KJ
Jabatan : Pengajar
Email : jiemi.ardian@gmail.com
Alamat : Bogor
Nomor Rekening :



**PASAL 1
KEWAJIBAN-KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA**

Pihak PERTAMA berkewajiban:

1. Berkewajiban menyediakan fasilitas berupa :
Platform : Zoom
Hari/Tanggal : Minggu, 18 Oktober 2020
Waktu : 14.30 - 16.30 WIB
2. Berkewajiban untuk memberitahukan jumlah peserta paling lambat H-5 kepada **PIHAK II** untuk keperluan persiapan pengajaran kelas.
3. Membayarkan sebesar Rp3.000.000,00 kepada dr. Jiemi Ardian untuk 2 jam acara paling lambat H-5 acara.
4. Membuatkan materi promosi untuk sosial media dan platform lainnya yang dimiliki oleh Creative Nest Indonesia.



Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama **PERORANGAN** yang selanjutnya akan disebut sebagai **Pihak Kedua**.

Pihak Pertama dan Pihak Kedua dengan ini utamanya

1. Pihak pertama adalah **CREATIVE NEST INDONESIA** sebagai penyelenggara online workshop.
2. Pihak kedua adalah sebagai kontributor atau pengisi acara "Bebas Lepas dari Cemas". Kedua belah pihak (selanjutnya disebut "**PARA PIHAK**") tersebut diatas setuju untuk mengadakan Perjanjian Kerjasama (yang selanjutnya disebut "**Perjanjian**") dengan syarat-syarat dan ketentuan sebagai berikut:



**PASAL 2
HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK KEDUA**

Pihak KEDUA berkewajiban:

1. Mengisi acara dengan mengajar pada online class yang telah disepakati bersama pada hari **Minggu, 18 Oktober 2020**.
2. Menyiapkan kurikulum pengajaran.
3. Melakukan promosi di kanal sosial media atau lainnya.
4. Menjalankan proses online workshop sesuai perjanjian dengan pihak PERTAMA dan sesuai dengan aturan yang telah dirumuskan dan disepakati bersama.

Pihak KEDUA mempunyai hak:

1. Berkewajiban untuk memberikan pengajaran di platform yang sudah disediakan.
2. Berkewajiban untuk mempersiapkan segala materi pendukung yang berkaitan dengan penyampaian materi ajar.
3. Membantu melakukan promosi di sosial media atau lainnya.
4. Menjalankan proses acara sesuai dengan perjanjian dengan pihak PERTAMA dan sesuai dengan aturan yang telah dirumuskan dan disepakati bersama.
5. Jika pihak kedua berhalangan hadir pada tanggal dan waktu yang telah disepakati, maka akan di reschedule dengan kesepakatan pihak PERTAMA dan KEDUA.
6. berhak menerima pembayaran sebesar Rp3.000.000,00 dari pihak PERTAMA.



PASAL 3 PENUTUP

Demikian surat perjanjian ini kami buat bersama sebagai panduan pelaksanaan kerja kedua pihak yang berlaku sejak ditandatangani serta berakhir setelah workshop terlaksanakan.

Segala hal yang belum tercantum dalam pasal ini dan segala bentuk perselisihan dalam proses kerjasama berlangsung akan diselesaikan dengan musyawarah untuk mencapai kesepakatan bersama.

Pihak Pertama,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Elrica Sutridia".

Elrica Sutridia
COO Creative Nest Indonesia

Pihak Kedua,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "dr. Jismi Ardian, Sp.KJ".

dr. Jismi Ardian, Sp.KJ
Pengajar / Pengiri Asam

Sumber: Dokumentasi Penulis

5. Hal selanjutnya adalah berdiskusi terkait *design* promosi. Diskusi dan koordinasi ini dilakukan dengan seorang *content producer* dan *graphic designer*. Nantinya, *event* ini akan dipromosikan di beberapa *platform*, di antaranya adalah Instagram, *website*, Glints, dan lain-lain.
6. Setelah *design* untuk promosi selesai, hal selanjutnya adalah mempromosikan *event* yang akan diselenggarakan. Pada tahapan ini, *event team* akan melakukan koordinasi dengan *marketing team* untuk mewujudkan kegiatan promosi yang baik.
7. Sebelum hari pelaksanaan *event*, hal lain yang harus dilakukan adalah mempersiapkan *platform* yang akan digunakan untuk menyelenggarakan *event* tersebut. Selama praktik kerja magang, *event* dilaksanakan secara daring. Maka dari itu, yang harus dipersiapkan sebelum hari pelaksanaan adalah Zoom. Adapun *event* yang diselenggarakan secara *offline*, adalah *event live acoustic*.

Untuk melaksanakan *live acoustic*, diperlukan persiapan yang lebih kompleks. *Live acoustic* menggunakan *platform* KiosTix.

8. Hal lain yang dilakukan sebelum pelaksanaan *event*, khususnya untuk *event live acoustic*, mahasiswa akan diberikan tugas untuk mencari perusahaan yang ingin memberikan sponsor.
9. Pada saat pelaksanaan *event*, apa yang dilakukan adalah menjadi pembawa acara (*host/moderator*) dari awal hingga *event* selesai. Tidak jarang juga menjadi admin sebuah *event*. Admin bertugas untuk mengatur Zoom. Untuk *event live acoustic*, biasanya mahasiswa juga bertugas sebagai admin dan melakukan koordinasi dengan pihak KiosTix.
10. Setelah *event* selesai, maka hal selanjutnya adalah membuat *event report*.

Event adalah sebuah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik, atau bahkan memengaruhi opini publik. Menurut Pacifici (2017, p. 2), *event* tidak hanya diselenggarakan dengan tujuan-tujuan dasar saja, tetapi sebuah *event* dapat mengubah hubungan antara aktor dan lembaga. Aktor di sini dapat diartikan dengan perorangan yang terlibat dalam sebuah *event*. Tujuan ini pula yang selaras dengan apa yang Creative Nest Indonesia lakukan sebagai sebuah *creative hub*. Creative Nest Indonesia memiliki visi misi untuk menjadi wadah berkumpul untuk saling memudahkan kolaborasi di antara insan kreatif Indonesia. Sementara *event management*, menurut Loos (2012, p. 11), dapat diartikan sebagai sebuah koordinasi atas semua kegiatan yang diperlukan untuk pelaksanaan suatu acara, terkait strategi, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, berdasarkan prinsip *event marketing*.

Adapun konsep dari pembelajaran di kampus yang didapatkan dan berhubungan dengan apa yang dilakukan oleh mahasiswa pada

praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia sebagai seorang Event Planner adalah *event management* menurut Any Noor. Menurut Noor (2013, p. 132), proses penyelenggaraan sebuah *event* melalui beberapa tahapan, yaitu rencana awal, rencana detil (terbagi menjadi rencana keuangan, rencana operasional, dan rencana pemasaran), kemudian diskusi tentang perencanaan. Secara garis besar, Noor (2013, p. 132) menjelaskan bahwa pada rencana awal penyelenggaraan *event*, terdapat dua tahap yaitu mencari informasi terkait *event* yang akan dilaksanakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan. Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, tahapan awal dalam perencanaan *event* di Creative Nest Indonesia adalah melakukan riset. Hal ini menjadi sesuai dengan apa yang seharusnya dilakukan. Namun, kedalaman riset dapat menjadi pengaruh yang besar dalam perencanaan sebuah *event* agar sebuah *event* dapat terlaksana dengan jelas, terarah, dan memiliki tujuan yang ingin dicapai. Sementara riset yang dilakukan oleh Creative Nest Indonesia masih terlalu sederhana dan tidak mendalam. Mungkin riset dapat dilakukan dengan membuat kuisisioner, melakukan wawancara singkat dengan beberapa pihak, dan lain sebagainya. Hal ini dapat menjadi masukan yang baik untuk Creative Nest Indonesia dalam melakukan perencanaan sebuah *event*.

Setelah tahapan rencana awal, tahapan berikutnya menurut Noor adalah tahapan detil yang terbagi menjadi rencana keuangan, rencana operasional, dan rencana pemasaran. Dalam pelaksanaan *event* dengan skala yang kecil seperti *online class*, *online workshop*, dan *live talks* di Creative Nest Indonesia, tidak ada penetapan anggaran secara rinci. Creative Nest Indonesia mencari pembicara, pengajar, atau *guest star* yang dapat menerapkan sistem *sharing profit*. Profit ini didapatkan dari peserta yang bergabung ke dalam *event* tersebut. Maka dari itu, terlihat perbedaan antara konsep dan apa yang diterapkan oleh Creative Nest Indonesia dalam tahapan ini. Rencana keuangan seharusnya

dipersiapkan untuk mendapatkan target yang lebih jelas dan terarah. Namun dalam mempersiapkan *event-event* besar di Creative Nest Indonesia, pengeluaran dan pendapatan dicatat, tetapi tidak ada penetapan anggaran (*budgeting*) secara rinci. Rencana keuangan di Creative Nest Indonesia dalam menyelenggarakan *event* seharusnya dapat lebih diperjelas. Penetapan anggaran adalah salah satu tahap yang penting untuk dapat mencapai persiapan yang lebih terarah.

Sementara untuk rencana operasional, Creative Nest Indonesia cukup matang dalam mempersiapkan perlengkapan operasional. Dari persiapan *platform* yang digunakan, koordinasi untuk lokasi, penetapan sumber daya, dan lain-lain. Selain rencana keuangan dan operasional, ada rencana pemasaran. Creative Nest Indonesia memiliki aktivitas pemasaran yang cukup baik. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Creative Nest Indonesia terencana, terjadwal, dan menggunakan banyak *platform*. Namun, karena tergolong ke dalam perusahaan yang masih merintis, Creative Nest Indonesia tidak memiliki Divisi Public Relations, sehingga Divisi Marketing atau Divisi Event melakukan beberapa hal yang seharusnya dikerjakan oleh seorang *public relations*, yang mana pada akhirnya menjadi tidak maksimal. Dengan begitu, perusahaan kehilangan salah satu fungsi *public relations* yang dapat mendukung aktivitas pemasaran. Hal ini juga dapat menjadi masukan untuk Creative Nest Indonesia untuk dapat memaksimalkan aktivitas pemasaran.

Tahapan terakhir yang dikemukakan oleh Noor dalam bukunya (2013, p. 132) adalah diskusi tentang perencanaan. Diskusi tentang perencanaan terdiri atas beberapa aktivitas, di antaranya adalah mengatur persiapan *event*, penyelenggaraan *event*, dan legalitas. Secara keseluruhan, apa yang diterapkan dan dilakukan oleh Creative Nest Indonesia dalam mengatur persiapan *event* dapat dikatakan cukup baik. Koordinasi yang dilakukan antar divisi terkait juga berlangsung dengan

baik. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan antar divisi tidak terlalu banyak dan skala acara yang diselenggarakan tidak terlalu besar.

Legalitas yang dimaksudkan oleh Noor (2013, p. 132) meliputi kegiatan evaluasi terkait penyelenggaraan *event*. Tahapan evaluasi yang diterapkan oleh Creative Nest Indonesia berawal dari mengirimkan *feedback form* kepada setiap peserta yang mengikuti *event* tersebut. *Feedback* yang didapatkan dari peserta akan disimpulkan dan dibahas pada saat *meeting*. Namun, melihat pihak yang terlibat dalam sebuah *event* bukan hanya peserta, *feedback form* seharusnya juga dikirimkan kepada pembicara, atau pengajar. Sehingga evaluasi dapat menyeluruh dan mendalam. Tahapan legalitas menurut Noor ini sudah diterapkan di Creative Nest Indonesia, tetapi belum maksimal. Evaluasi menjadi sebuah tahapan penting dalam penyelenggaraan sebuah *event*, karena sehingga hasil yang didapatkan dapat meningkatkan kualitas setiap *event* yang diselenggarakan. Namun melihat tahapan ini belum dilakukan dengan maksimal, hasil yang didapatkan tidak dapat menjadi acuan dalam pengembangan pelaksanaan *event* di Creative Nest Indonesia.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia, ditemukan beberapa kendala. Kendala yang utama tentunya adalah pandemi Covid-19. Hal ini sangat disayangkan, karena pelaksanaan *event* menjadi terbatas dan tidak maksimal karena hanya menggunakan *platform* yang ada, salah satunya adalah aplikasi Zoom. Kendala yang juga dirasakan karena situasi pandemi Covid-19 adalah sulitnya menjual tiket *event* yang sudah dirancang sedemikian rupa. Situasi ini tentunya membuat setiap orang mengutamakan kebutuhan primer dan sekunder, sementara yang Creative Nest Indonesia tawarkan tergolong ke dalam kebutuhan tersier.

Kendala lain yang juga sangat mempengaruhi pembuatan suatu *event* di Creative Nest Indonesia adalah tidak adanya anggaran (*budget*) untuk

menyelenggarakan sebuah *event*. Hal ini tentunya menjadi sebuah kendala dalam menyelenggarakan sebuah *event* karena batasan tersebut tidak ditentukan dengan jelas. Narasumber yang dihadirkan dalam setiap *event* biasanya menerapkan sistem *sharing profit*, dan hal tersebut menjadi penghalang untuk menemukan narasumber yang kredibel dalam bidangnya.

Kendala lainnya ada dalam tahapan *research*, yang juga bersangkutan pada kendala sebelumnya yaitu perihal *budget*. Tahapan *research* menjadi kurang berarti karena pada akhirnya, narasumber yang mengisi *event* adalah narasumber yang dapat menyesuaikan sistem *sharing profit*.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Setelah menemukan beberapa kendala, berikut solusi yang dibuat dalam proses kerja magang:

- a. Memaksimalkan *platform* yang ada dan mengeksplor *platform* lain untuk dapat mengembangkan *event* yang diselenggarakan.
- b. Perihal *budget* yang tidak ditentukan, solusinya adalah sebelum melakukan tahapan selanjutnya, dalam tahapan *research* dan *design* harus diajukan terlebih dulu kepada CEO atau COO agar sesuai dengan *budget* perusahaan sebelum melakukan *approaching* narasumber atau *guest star*.